

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM	i
HALAMAN PENGESAHAN TESIS	ii
HALAMAN PERNYATAAN DEWAN PENGUJI	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Batasan Masalah	15
1.4 Tujuan Penelitian	15
1.5 Manfaat Penelitian	16
1.6 Sistematika Penulisan	17
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Pemasaran	18
2.1.1 Bauran Pemasaran	20
2.1.2 <i>Pricing</i>	24
2.1.3 Dimensi <i>Pricing</i> (Dimensi Harga)	28
2.2 Kualitas Layanan	29
2.2.1 Pemasaran Jasa	29
2.2.2 Kualitas Layanan	34
2.2.3 Dimensi Kualitas Layanan	38
2.3 Teori Perilaku Konsumen	39
2.3.1 Pengertian Perilaku Konsumen	39
2.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	40

2.3.3	<i>Theory of Reasoned Action (TRA)</i>	42
2.3.4	<i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i>	43
2.4	Kepuasan Pelanggan.....	44
2.4.1	Pengertian Kepuasan Pelanggan	44
2.4.2	Pengukuran Kepuasan Pelanggan	45
2.4.3	Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	46
2.4.4	Tingkat Kepuasan Konsumen	48
2.5	Loyalitas Pelanggan	48
2.5.1	Pengertian Loyalitas Pelanggan	48
2.5.2	Tipe Loyalitas Pelanggan.....	49
2.5.3	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas	50
2.5.4	Dimensi Loyalitas Pelanggan	51
2.6	Penelitian Terdahulu.....	52

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Model Konseptual Penelitian	62
3.2	Variabel Penelitian	63
3.2.1	Jenis Variabel.....	63
3.3	Definisi Operasional Variabel Penelitian	65
3.4	Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis Penelitian.....	69
3.4.1	Pengaruh <i>Pricing</i> Terhadap Loyalitas	69
3.4.2	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas	70
3.4.3	Pengaruh <i>Pricing</i> Terhadap Kepuasan.....	70
3.4.4	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan	71
3.4.5	Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas.....	72
3.4.6	Kepuasan Sebagai Variabel Intervening <i>Pricing</i> dan Loyalitas	72
3.4.7	Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Kualitas Layanan dan Loyalitas	73
3.5	Unit Analisis, Populasi, dan Sampel Penelitian	73
3.5.1	Desain Penelitian	73
3.5.2	Unit Analisis Penelitian	74
3.5.3	Populasi dan Sampel Penelitian	74
3.6	Metode Pre-Test	76
3.6.1	Metode Uji Reliabilitas Pre-Test	76
3.6.2	Metode Uji Validitas Pre-Test	77

3.7	Metode Main Test	78
3.7.1	Uji Validitas dan Reliabilitas Main Test.....	78
3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	80
3.7.3	Uji Hipotesis	84

BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	85
4.2	Analisis Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	88
4.2.1	Analisis Uji Validitas Pre-Test	88
4.2.2	Analisis Uji Reliabilitas Pre-Test.....	90
4.2.3	Uji Validitas Main Test.....	91
4.2.4	Uji Reliabilitas Main Test.....	93
4.3	Analisis Deskriptif.....	94
4.3.1	Karakteristik Responden	94
4.3.2	Hasil Analisis Deskriptif.....	95
4.4	Analisis Uji Asumsi Klasik	101
4.4.1	Analisis Distribusi Normal	101
4.4.2	Uji Heteroskedastisitas.....	102
4.4.3	Uji Multikolinearitas	103
4.4.4	Uji Linearitas	104
4.5	Koefisien determinasi.....	105
4.5.1	Koefisien determinasi <i>pricing</i> dan kualitas layanan terhadap kepuasan (struktur 1)	105
4.5.2	Koefisien determinasi <i>pricing</i> , kualitas layanan, kepuasan terhadap loyalitas (struktur 2).....	106
4.6	Persamaan Regresi	106
4.6.1	Persamaan regresi linear struktur 1	106
4.6.2	Persamaan regresi struktur 2.....	107
4.7	Analisis Uji t.....	109
4.7.1	Uji t	109
4.8	Analisis Path (Uji Jalur)	111
4.9	Pembahasan Penelitian	113

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	123
5.2	Implikasi Managerial.....	124

5.3	Implikasi Teoritis	128
5.4	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	128
DAFTAR PUSTAKA		130
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		136
LAMPIRAN		

